

लोकविद्या बाजार-एक अहम् जरूरत बी. क्रिश्नराजुलू

(लोकविद्या समाज के सभी सदस्यों के लिए टिकाऊ आजीविका और एक
सम्मानजनक जीवन सुनिश्चित करने हेतु
निष्पक्ष और न्यायसंगत अदला-बदली के लिए एक केन्द्र)

Lokavidya Jan Andolan

D.No. 10-100, New Gaddiannaram, Behind Shivaganga Theaters

Saroornagar (M), R.R. Dist. Telangana-500060

Ph: 040-24152155 e-mail: tnrkoundinyasa@yahoo.com

आज का बाजार (स्थानीय बाजार)

लगभग हर व्यक्ति बाजार (स्थानीय बाजार) जाता है या किसी और को बाज़ार में अपने स्थान पर भेजता है। बाजार में, माल खरीदा और बेचा जाता है। बाजार में कुछ सेवाएं भी उपलब्ध होती हैं, जैसे कि जलपान-गृह, चाय दुकान, तालासाज़, नाई, मोची, लोहार, दर्जी आदि; जो बाजार में आने वाले लोगों की आवश्यकताओं की पूर्ति करते हैं। बाजार में आने वाले अधिकांश लोग सामान्य जीवन में उपयोग में आने वाली वस्तुओं के उत्पादक और खरीदार भी होते हैं। खरीदी और बेचने वाले अधिकांश सामान स्थानीय क्षेत्र में उत्पादित किए जाते हैं और बाज़ार जाने वाले लोग इन वस्तुओं से परिचित होते हैं और उनकी सामग्री और गुणवत्ता का मूल्यांकन कर सकते हैं। जैसे बाजार जाने वाली महिलाएं अपनी खरीदारी में बहुत चयनात्मक होती हैं। जब वे अनाज, सब्जियां, मसाले आदि खरीदती हैं तो ज़रूरत, कीमत, गुणवत्ता और मात्रा के बीच एक अच्छा संतुलन बनाये रखती हैं और ऐसा वे अपने बड़ों से हासिल किये गये ज्ञान और बाजार में दोहराया यात्राओं के माध्यम से अर्जित निजी अनुभव के बल पे करती हैं!

ज्यादातर स्थानों पर, यह बाजारी गतिविधि पूर्व-निर्धारित दिन और एक निश्चित भौगोलिक क्षेत्र में कुछ नामित स्थान पर आयोजित की जाती है, और आम तौर पर इस गतिविधि में कई गांव और छोटे छोटे शहरों के लोग सम्मिलित होते हैं। खरीद-बिक्री की प्रक्रिया काफी हद तक स्थानीय आबादी के जीवन की साधारण आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु केंद्रित रहती है और इस प्रकार से स्थानीय बाजार का प्रयोजन मानव-आवश्यकताओं को पूरा करने का रहता है। इसलिए, बाजार एक ऐसा स्थान बन जाता है, जहां सप्ताह भर में एक बार, पूरे क्षेत्र के लोग एक दूसरे से मिलते हैं और कुछ दिनों की अपनी आवश्यकताओं का सामान (माल, वस्तुओं, सेवाओं) को चुनते समय कुछ समय एक साथ भी बिताते हैं। बाजार की एक अन्य महत्वपूर्ण विशेषता यह है कि ज्यादातर लेन-

देन नकदी में किए जाते हैं, हालांकि, पारस्परिक विश्वास के आधार पर उधारी में सौदा करना, स्थानीय बाजार लेनदेन की एक असामान्य विशेषता नहीं है। इसलिए नकदी आवर्तन स्थानीय क्षेत्र में काफी हद तक होता है और इस प्रकार स्थानीय आजीविका और जीवन निरंतर किया जा सकता है।

इस खरीद-बिक्री की वारतालाप के अलावा, बाजार में आने वाले आगंतुक आपस में ताजा समाचारों पर चर्चा करते हैं; जीवन के विभिन्न मुद्दों पर एक-दूसरे से सलाह मांगते हैं और परिवार और सामुदायिक मामलों पर भी चर्चा करते हैं। दूसरे शब्दों में, बाजार एक सार्वजनिक स्थान है, जहाँ नये विचारों और उनसे जुड़े तर्क के निर्माण की सम्भावना बनी रहती है; जहाँ स्थानीय भौगोलिक क्षेत्र से संबंधित लोगों के बीच लगातार संपर्क के माध्यम से रिश्तों का निर्माण होता है। इस प्रक्रिया में मजबूत स्थानीय संबंध बड़े पैमाने पर केवल निजी लाभ और हानि के आधार पर नहीं बल्कि मानवीय सम्मान पर बनते हैं।

इस बाजार की तुलना में, बड़े शहरों और मेट्रो के बाजारों (शहरी दुकानें, मॉल आदि) में खरीदारी और बिक्री के अंतर्गत अंतर्निहित वाणिज्यिक विचारों का वर्चस्व है। वास्तव में, इन दिनों, इन बाजारों का जोर विज्ञापन के जरिए ऐसी वस्तुओं या सेवाओं की ज़रूरत पैदा करना है- ताकि लोगों को ऐसे सामान खरीदने या उन सेवाओं का लाभ उठाने के लिए प्रोत्साहित किया जाए- सामान्य जीवन जीने के लिए जिनकी कोई आवश्यकता ही न हो। ऐसे बाजारों में बिके गए अधिकांश सामान दूर-दूर के स्थानों, उद्योगों और काम के स्थानों में निर्मित होते हैं जहाँ श्रमिकों (उत्पादकों) को सामान्य लोगों की आवश्यकताओं की जानकारी नहीं होती। दूसरे शब्दों में, इन बाजारों के लेनदेन में कोई मानव तत्व नहीं है। इस अभ्यास के पीछे एकमात्र उद्देश्य लाभकारी है, और ऐसा मानना है कि इसका आधार "उपभोक्तावादी संस्कृति" है।

विनिमय की असमानता

स्थानीय बाज़ारों और बड़े शहरों और मेट्रो के बाजारों (शहरी दुकानें, मॉल आदि) के बीच एक हद तक आश्चर्यजनक वैपरीत्य विशेषता यह है कि स्थानीय बाज़ारों में वस्तुओं की कीमतों पर सौदेबाजी के लिए हमेशा मौके उपलब्ध होते हैं- वास्तविकता में सौदेबाजी एक आदत सी है- जबकि शहरी बाज़ारों में मूल्य – दर में सौदेबाजी की कोई संभावना ही नहीं होती। सौदेबाजी का सिलसिला खरीदार और विक्रेता के बीच मानव संबंध बनाने की प्रक्रिया का एक हिस्सा है, जबकि बड़े शहरों और मेट्रो के बाजारों में खरीद फरोख्त की प्रक्रिया पूरी तरह से अवैयक्तिक है। सौदेबाजी की इस प्रक्रिया से आर्थिक संदर्भ में क्या संकेत मिलता है? इसका मतलब है कि वस्तु / माल / सेवा का मूल्य विक्रेता द्वारा निर्धारित किया जाता है (उत्पादन की लागत, श्रम सामग्री, उपलब्धता, मांग आदि के आधार पर) लेकिन बिक्री के वक्रत इस निर्धारित मूल्य में परिवर्तन की सम्भावना बनी रहती है। हर बाज़ार जाने वाला व्यक्ति इस सौदेबाजी की गतिविधि में शामिल होने की इजाजत की उम्मीद करता है, ज्यादातर बिना किसी विशेष लाभ-हानि के उद्देश्य से। इसलिए स्थानीय बाज़ार में किसी वस्तु / माल / सेवा की कीमत काफी हद तक स्थानीय स्तर पर निर्धारित की जाती है, जबकि बड़े शहरों और मेट्रो के बाजारों में मूल्य-दर सामान्य खरीदार / उपभोक्ता से काफी दूरदराज के स्थानों पर हमेशा "तय" होता है संभावित खरीदार / उपभोक्ता से बेख्याल होकर। कीमतें पूर्व निर्धारित करने की प्रक्रिया और स्पष्ट हो जाती है जब वर्ष 1 99 1 के बाद मार्केट के वैश्वीकरण के बाद खाद्य वस्तुओं और अन्य साधारण विचारधाराओं की कीमतों में भारी वृद्धि का एहसास होता है।

सामान्य तौर पर, यह सब लोग अनुभव करते हैं कि स्थानीय बाजार में उपलब्ध सामान ,वस्तुओं और सेवाओं की तुलना में शहरों में उपलब्ध सामान , वस्तुएँ और सेवाएँ हमेशा महंगी होती है। कारखानों में उत्पादित कुछ वस्तुएँ जैसे कि प्लास्टिक के बर्तन, बाल्टी, मग, चप्पल, कुर्सियाँ, आदि मिट्टी, धातु, लकड़ी या

चमड़े के बने हुए सामानों (जो स्थानीय बाजारों में उपलब्ध होती हैं) से सस्ते धामों पे मिलती हैं। मिट्टी के बर्तन, पात्र , बालटी, कप और चमड़े की चप्पलों का उत्पादन स्थानीय क्षेत्रों में लगभग बंद हो गया है क्योंकि कुम्हार, लोहार और मोची इन वस्तुओं को बाजारी कीमतों पर बेचने में सक्षम नहीं हैं क्योंकि इनकी प्रतिस्पर्धा कारखानों में उत्पादित ऐसे ही सामान और वस्तुओं के साथ है। यदि आज कोई मिट्टी के बर्तन खरीदने की इच्छा रखता है, तो इसके समान प्लास्टिक या एल्यूमीनियम बर्तन भी मिलते हैं जो मिट्टी से बनी चीजों की तुलना में संभवतः सस्ते और अधिक टिकाऊ भी हैं। इसलिए लोग कारखानों में उत्पादित "सस्ता" माल खरीदते हैं , क्योंकि स्थानीय रूप से निर्मित सामान का दाम "महंगा" पड़ता है। ऐसा रवैया कि 'सस्ता खरीदो और महंगा बेचो' तो बाजार का नियम है और लाभ-निर्माण का आधार भी; यह रवैया स्थानीय बाजार में भी काफी हद तक फैल गया है।

इस तरह के दृष्टिकोण का क्या नतीजा निकला है? छोटे किसान, कारीगर और छोटे व्यापारी की उत्पादक गतिविधि निरंतर अलाभकारी हो गई है और वह धीरे धीरे लेकिन निश्चित रूप से अपनी आजीविका की गतिविधि से बेदखल हो गया है। स्थानीय रूप से उत्पादित वस्तुओं, सामानों की उपलब्धि कम हो गयी है। स्थानीय बाजार शहरी बाजार की एक शाखा बाजार बन कर रह गया है और छोटे व्यापारियों / दुकानदार अपने कारोबार को बनाए रखने के लिए बहुत मुश्किलों का सामना रहे हैं।

स्थानीय बाजार में खरीदार और विक्रेता कौन हैं ?

स्थानीय बाजार स्थानीय क्षेत्र की जरूरतों को पूरा करता है; इसमें लगभग 10-12 गांव शामिल होते हैं, जो कि बाजार के स्थान से 5 किलोमीटर के दायरे में आते हैं। ये सभी लोग खरीदार हैं और विक्रेता भी। इनका वर्गीकरण कुछ इस प्रकार है :

- छोटे किसान जो अनाज, बाजरा, दाल, सब्जियां, आदि पैदा करते हैं
- ऐसे सभी प्रकार के कारीगर जो दैनिक उपयोग या साधारण जीवन की आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु विभिन्न वस्तुओं और सामान का उत्पादन करते हैं, जैसे कि बुनकर, कुम्हार, दर्जी, मोची, आदि
- कुशल व्यक्ति या सामान्य जीवन के लिए सेवाएं प्रदान करने वाले व्यक्ति जैसे कि धोबी, नाई, बढई, चाय विक्रेता, नाश्ता निर्माता, लोहार, ताला बनानेवाला, कार्टमैन, मजदूर, आदि
- छोटे दुकानदार और व्यापारी जो घरेलू सामान, प्लास्टिक के बर्तन, कीटनाशकों, जड़ी-बूटियों, स्थानीय दवाइयों, मसालों, बर्तन, आदि की बिक्री करने हेतु आते हैं

ऐसे सभी लोगों का एक बड़ा हिस्सा महिलाएं हैं, जो उपरोक्त में से एक होने के अलावा, घर के कम काज में माहिर होने के साथ साथ गृह-प्रबंधक होने का दायित्व भी संभालती हैं।

इनमें से अधिकतर लोग अशिक्षित या अर्ध-साक्षर हैं, अर्थात्, वे स्कूल नहीं गए हैं या हो सकता है कि वे सिर्फ मध्य या हाई स्कूल पूरा कर सकें हों और इसलिए पढ़ने और लिखने में सक्षम हों। वे जो काम करते हैं उसका आधार स्कूल में प्राप्त शिक्षा नहीं है। उनका हुनर और क्वालिफिकेशन स्कूलों में अधिग्रहण नहीं किया गया है। गौर करने वाली बात यह है कि महिला विक्रेताओं की "गणितीय

क्षमता" सबसे उल्लेखनीय है और यह क्षमता स्कूल में भाग लेने का नतीजा नहीं है!

तो इन सभी लोगों के आम लक्षण क्या है? वे अपने सभी घरों, परिवारों, गांवों और समुदायों में जीवित और बढ़ते हुए ज्ञान और कौशल के आधार पर इन सभी गतिविधियों को पूरा करने में सक्षम हैं। उनके शिक्षक अपने माता-पिता और बुजुर्ग हैं और सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि दैनिक जीवन के अवलोकन और अभ्यास के माध्यम से उनके पास सभी मनचाही विद्या और कौशल हैं। छोटी उम्र से ही जीवन की गतिविधियों में सक्रिय होकर कौशल हासिल करना एक ऐसी सीखने की प्रक्रिया का प्रतिनिधित्व करती है जिसमें ज्ञान और कौशल-जो सामान्य जीवन क्रियाकलापों के लिए उपयोगी होते हैं- एक से दूसरी पीढ़ी को कुशलतापूर्वक स्थानांतरित कर दिया जाता है। स्थानीय स्तर पर वितरित विद्या भंडारगृह को लोकविद्या कहा जाता है- समाज में ज्ञान, लोगों के साथ ज्ञान। विभिन्न क्षेत्रों, कस्बों और शहरों के लोगों के साथ संपर्क के माध्यम से लोकविद्या को नए विचारों और कौशल से जुड़ने के माध्यम से समृद्ध किया जाता है जो "ज्ञानी" लोगों द्वारा समाज में लाया जाता है। जैसे कि आजकल सबसे अधिक "अशिक्षित" व्यक्ति एक मोबाइल फोन का उपयोग करना जानता है और वह एक फोन नंबर मिलाने में सक्षम है, भले ही उसने कभी भी संख्याएं नहीं सीखी हों (अरबी / देवनागरी / रोमन आदि)। यही इन सभी लोगों की असली और सम्मानजनक पहचान है और जिस समाज को यह गठित करते हैं उसे 'लोकविद्या-समाज' के रूप में जाना जाता है; समाज जिसमें लोकविद्या समायी है और जिसकी आजीविका लोकविद्या पे आधारित है।

स्थानीय बाजार लोगों के लिए महत्वपूर्ण क्यों है?

स्थानीय बाजार के बारे में पहली बात यह है कि बाज़ार से जुड़े क्षेत्र के सभी लोग जानते हैं कि वे बाजार में अपने सभी दैनिक जीवन की जरूरत पा सकते हैं और यदि वे कुछ ऐसी वस्तुओं के उत्पादक होते हैं जिनका बाज़ार में व्यापार होता है, तो वे यह भी जानते हैं कि वे उन वस्तुओं को उन लोगों को बेचने में सक्षम होंगे जो उन्हें उनकी जरूरतों अनुसार पसंद करते हैं। दूसरे शब्दों में, स्थानीय बाजार लोगों के सामान्य जीवन का प्रतिबिम्ब है और जिसमें उनके जीवन की महक है। अधिकतर मौकों पर बाजार में प्रतिभागियों द्वारा 'व्यापार की शर्तें' तय की जाती हैं। यह बाज़ार एक विस्तारित परिवार सभा की तरह है जो क्षेत्र के सामान्य जीवन के मूल्यों से मजबूती से जुड़ा है।

क्षेत्र में लोग आम तौर पर अपने परिवार और / या सामुदायिक पृष्ठभूमि के आधार पर विभिन्न आजीविका का पालन करते हैं। वे खुद को आजीविका गतिविधि और इसकी बारीकियों से परिचित करवाते हैं और जैसे वे बड़े होते हैं और वे अपनी आजीविका के बारे में ज्ञान इकट्ठा करते हैं उस पश्चात् वे अपने स्वयं के परिवारों की स्थापना करते हैं। स्थानीय बाजार उनकी आजीविका को बनाए रखने में मदद करता है और उन्हें आश्वासन देता है कि वे, उनके परिवार और बच्चे बिना किसी कठिनाई या परेशानी के एक साधारण सम्मानित जीवन जी सकते हैं। यह बाज़ार एक मंच है जहां एक साझा मानव पहचान को प्रबलित किया जाता है।

शहरी दुकानों, मॉल आदि और स्थानीय बाजार में मूल्य कैसे तय किए जाते हैं ?

स्थानीय या शहरी बाजार में उपलब्ध कराए जाने वाली प्रत्येक वस्तु या सेवा की कीमत, उस पर वर्णित या चिह्नित होती है, जिसका भुगतान खरीदार करता है। यह मूल्य कैसे निर्धारित किया जाता है और कौन इसे निर्धारित करता है? हम सब यह जानते हैं कि सामान्य रूप से, उद्योगों में बनाये गए सामान और वस्तुएं जिन कीमतों पर शहरी दुकानों, मॉल आदि में बेची जाती हैं, वह स्थानीय बाजार में बेचे जाने वाले सामान / वस्तुओं से अधिक होती है। कीमत में अंतर सामान्य रूप से उत्पादन की लागत, परिवहन की लागत, व्यापारी (जो शहरी बाजार में सामानों की बिक्री करता है) को भुगतान करने के लिए लागत, वस्तु / माल, आदि के विज्ञापन की लागत और कर, आदि में अंतर के सन्दर्भ में समझा जाता है। कारखाने से बाजार तक परिवहन की लागत में अंतर काफी स्पष्ट है। ऐसे ही विज्ञापन की कीमत भी है, जो स्थानीय बाजार में बेची गई वस्तुओं के लिए शून्य है। इसलिए वास्तविक अंतर सामान / वस्तुओं और सेवाओं के उत्पादन की लागत से जुड़ा लगता है।

उत्पादन की लागत का निर्धारण करने वाले मुख्य कारक क्या हैं? मुख्य रूप से यह : कच्चे माल (सामग्री) की लागत, उत्पादन की आवश्यकता के लिए ऊर्जा की लागत (कारखाने के उत्पादन के मामले में बिजली की अहम भूमिका है) और श्रम (मजदूरी और प्रबंधन) की लागत।

स्थानीय क्षेत्र में उपलब्ध माल और वस्तुओं का उत्पादन उस क्षेत्र में उपलब्ध कच्चे माल (जैसे कि बीज, उर्वरक, पानी, कपास, ऊन, लकड़ी, लोहा, मिट्टी, चमड़े आदि) से होता है। इस तरह के कच्चे माल का मूल्य बाजार में ऐसी सामग्री की कीमत पर आधारित है। उसी कच्चे माल को कारखानों / उद्योगों को भी बेचा जाता है जो शहरी बाजारों के लिए माल और वस्तुओं का उत्पादन

करते हैं और अक्सर, स्थानीय बाजार में प्रचलित कीमतों की तुलना में कम कीमतों पर। स्थानीय बाजार में, इन कच्चे माल के निर्माता को दिया गया मूल्य ऐसा होता है जो कि उत्पादक को श्रम जारी रखने, इन कच्चे माल का उत्पादन करने और निजी घर संसार चलाने के लिए भरपूर हों। इसलिए कच्चे माल के लिए बाजार में इस प्रकार से तय कीमतों को सामाजिक स्वीकृति होती है! ऐसा अनुभव किया गया है कि भोजन सामग्री (मुख्य रूप से अनाज, गेहूं, धान्य और दालें, और कुछ तेल और सब्जियां आदि) की कीमत को मूल्य निर्धारण में शामिल किया जाता है और यह मूल्य निर्धारण सामाजिक रूप से स्वीकार्य न्यूनतम आवश्यकता का ख्याल रखता है जिस कारण जीवन की गरिमा बनी रहती है। क्योंकि निर्माता की आय से यदि वह अपने परिवार की जरूरतों को पूरा नहीं कर पाया तो काम (उसका उत्पादन / सेवा गतिविधि) करने के लिए असफल रहेगा और इसकी अनुमति नहीं दी जा सकती।

दूसरी इनपुट लागत: अर्थात् ऊर्जा की लागत, विद्युत ऊर्जा की मदद से फैक्टरी में उत्पादन होता है अगर बिजली की आपूर्ति नहीं है, तो कारखाने का उत्पादन बंद हो जाता है और कोई भी उपयोगी वस्तु का निर्माण नहीं हो सकता। इसलिए कारखाने के उत्पादन में मुख्य ऊर्जा इनपुट बिजली है। जबकि लोकविद समाज द्वारा माल और वस्तुओं का उत्पादन करने के लिए मुख्य ऊर्जा इनपुट उत्पादन / सेवा प्रक्रिया में शामिल लोगों के श्रम से आता है। किसान द्वारा खाद्य उत्पादन के मामले में, ऊर्जा का मुख्य स्रोत सूर्य, पानी और किसान और उसके बैल के श्रम का मिश्रण होता है। सूर्य की ऊर्जा तो स्वतंत्र रूप से उपलब्ध है, पर किसानों की गतिविधि को बनाए रखने के लिए स्थानीय समुदाय द्वारा खेतों, पुरुषों और जानवरों को पानी की आपूर्ति सुनिश्चित की जानी है। इसलिए ऊर्जा इनपुट की मुख्य लागत कुछ इस प्रकार से परिभाषित की जा सकती है :

- कारखाने के लिए विद्युत ऊर्जा की लागत और श्रमिकों के लिए भोजन की लागत

- किसान, बुनाई, कारीगर आदि और उनके पशुओं (जो उनके उत्पादन में सहायता करते हैं),के श्रम को बनाए रखने के लिए आवश्यक भोजन की लागत

कारखानों में उत्पादित माल की कीमत तय करते समय, मजदूर के लिए न्यूनतम मजदूरी, बिजली की लागत, सभी कारगर होते हैं और सरकार और कार्यकर्ता यूनियन इन बातों को निरस्त करने के लिए निरंतर संवाद में रहते हैं ताकि उत्पादन में कोई रोक न आये या फिर नुकसान न हो।

लोकविद्या समाज के सदस्यों के मामले में, यह पाया गया है कि, बड़े पैमाने पर, भोजन (अनाज और संबंधित वस्तुओं) की कीमतें आजकल कभी तय नहीं की जाती हैं। सब कुछ अनिर्धारित है और अस्थिर है। छोटे किसान या कारीगर कभी नहीं जान पाते कि उनके उत्पाद के लिए उन्हें क्या कीमत अदा होगी और क्या वह कीमत उनके और उनके परिवार की मूलभूत आवश्यकताओं की लागत को पूरा करने के लिए पर्याप्त होगी। अतीत के दौर में, स्थानीय समुदाय / बाजार संभवतः प्रत्येक वस्तु और सेवा के लिए न्यूनतम कीमत तय कर लेते थे; ऐसी कीमत जिससे उत्पादकों के आजीविका अभ्यास के संरक्षण को सुनिश्चित किया जासके। इतिहास साक्षी है कि ब्रिटिश शासन के आगमन तक लोकविद समाज की कई जातियों में पीढ़ी दर पीढ़ी अपने 'पारंपरिक व्यवसाय' का आयोजन किया जाता था। आज कल लोग अपनी पारंपरिक आजीविका की प्रक्रिया को छोड़कर कार्यालयों और कारखानों में रोजगार मांगना या अन्य कौशलों को प्राप्त करने की प्रक्रिया में शामिल होना एक व्यापक घटना बन गई है। कोई भी व्यक्ति अपनी आजीविका को छोड़ने के लिए तब तक मजबूर न होगा जब तक कि उसका व्यवसाय अस्थिर न हो गया हो और उसे कम से कम गरिमा का जीवन जीने में मदद करने में सक्षम न हो?

ज्ञान, कौशल और प्रबंधन

एक अन्य महत्वपूर्ण कारक है जो वस्तु / माल के मूल्य निर्धारण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यदि आप किसी से भी पूछते हैं कि कारखाने में (टाटा के द्वारा) निर्मित एक कुदाल की कीमत स्थानीय लोहार से निर्मित ऐसी ही कुदाल की कीमत या फिर कारखाने में (बाटा द्वारा) निर्मित चप्पल की एक जोड़ी की कीमत स्थानीय मोची से निर्मित ऐसी ही जोड़ी की कीमत की तुलना में, बहुत ज्यादा क्यों है; जवाब होगा कि कारखाने के उत्पाद की गुणवत्ता बेहतर है क्योंकि यह एक मशीन द्वारा बनाई गई है। अगर हम यह मानकर चलते हैं कि लोहे / चमड़े की सामग्री की लागत दोनों ही मामलों में लगभग समान है, किन्तु मशीन बनाने / खरीदने की लागत बहुत अधिक है और मशीनों को चलाने का काम कुशल कामगार को दिया जाता है और जो पर्यवेक्षक / प्रबंधक उत्पादन की प्रक्रिया को संचालित कर उसका निरीक्षण करता है इन सब पे आने वाली लागत स्थानीय श्रमिक (मोची और लोहार) की श्रम की लागत से कहीं अधिक है; कीमतों में असमानता का कारण कारखानों में निर्मित वस्तुओं का उत्पादन करने के लिए कार्यकर्ता और प्रबंधक द्वारा प्राप्त ज्ञान और कौशल के लिए भुगतान की जाने वाली कीमत के संदर्भ में समझा जाता है। इस ज्ञान / कौशल को कॉलेज में उनकी शिक्षा के माध्यम से प्राप्त किया जाता है। वास्तव में, कारखाने में उनकी नौकरी इस तथ्य पर आधारित है कि उनके पास अपेक्षित डिग्री / डिप्लोमा है। बेशक, लोहार और मोची के पास भी उत्पाद बनाने के लिए लोहे या चमड़े पर काम करने के ज्ञान और कौशल हैं और वे खुद पूरी प्रक्रिया का प्रबंधन भी करते हैं। हालांकि, यह ज्ञान और कौशल (लोकविद्या) उन्होंने उनके परिवारों और समुदायों में वृद्धों के साथ उनका कार्य देखकर और उनसे सीखकर हासिल की होती है, न कि किसी कॉलेज में भाग लेने से। हर कोई यह जानता है कि लोहार / मोची या अन्य कारीगर के पास ज्ञान और कौशल है लेकिन, क्योंकि उनके पास कॉलेज या संस्थान से कोई डिप्लोमा या डिग्री नहीं है, वे कारखानों में रोजगार की तलाश नहीं कर सकते। इस प्रकार उनके उत्पादों

की कीमत में केवल उनके श्रम के लिए मजदूरी शामिल होती है, न कि उनके ज्ञान और कौशल के लिए।

फैक्टरी निर्मित उत्पादों का एक मानक होता है इसलिए प्रत्येक टुकड़ा एक जैसा ही दिखता है; एक ही आकार और रंग आदि क्योंकि वे मशीन द्वारा बनाये गये हैं। ग्राहक को बाजार में उपलब्ध विकल्पों में से ही चुनना पड़ता है। स्थानीय लोहार या मोची के उत्पाद बिल्कुल एक समान नहीं हो सकते हैं; हर टुकड़ा दूसरे से अलग होता है और इसके अलावा ग्राहक की पसंद के अनुरूप माल बनाया जा सकता है। ऐसा कौशल लोहार / मोची की अंतर्निहित रचनात्मकता का प्रतीक है और उनके पास अपने रचनात्मक कौशल का प्रयोग करने के अवसर हैं; मास्टर शिल्पकार बहुत अच्छे आकार वाले उत्पादों को निर्मित कर सकता है। हालांकि इन दिनों हर कोई कारखाने में बने सामान को पसंद करता है और समान स्थानीय रूप से निर्मित सामान से ज्यादा भुगतान करने के लिए तैयार है। स्थानीय शिल्पकार के ज्ञान और कौशल का अव्यक्त अवमूल्यन हुआ है।

वक्रत के गुजरते, लोगों ने स्थानीय रूप से उत्पादित वस्तुओं को खरीदना बंद कर दिया है और परिणामवश लोकविद्या के आधार पर स्थानीय ज्ञान और कौशल (लोकविद्या) और आजीविका का अवमूल्यन हुआ है। इसलिए यह आश्चर्य की बात नहीं है कि इन उत्पादन और निर्माण समुदायों के बच्चों ने टिकाऊ आजीविका की तलाश में लोकविद्या और लोकविद्या समाज के साथ अपने संबंधों को तोड़ दिया है।

यदि स्थानीय बाजार शहरी बाज़ारों की मात्र शाखा बन जाये तो क्या होगा?

जब आप प्रतियोगी के साथ प्रतिस्पर्धा नहीं कर सकते, तो उससे जुड़ें! यह उत्तरजीविता के लिए एक दीर्घकालिक मंत्र रहा है। और इसलिए आजकल बहुत से लोग कहते हैं कि स्थानीय उत्पादकों (लोकविद्या समाज) को "सर्वव्यापक" बाजार में अपनी जगह तलाशनी चाहिए। इसलिए, स्थानीय बाजार बड़े शहरी बाजार की एक शाखा बन सकता है। तब प्रत्येक व्यक्ति कहीं और उत्पादित हुए सामानों का छोटा व्यापारी बन जाता है। स्थानीय उत्पादक अधिकारहीन हो जाते हैं और वे बाजार में छोटे व्यापारियों की भूमिका निभाने के लिए मजबूर हो जाते हैं और शायद कहीं और उत्पादित वस्तुओं के "मरम्मत करने वाले" भी बन जाते हैं। सभी साइकिल और मोटर यांत्रिकी लोकविद्या समाज की इस श्रेणी के हैं जो उद्योग के उत्पादों के साथ काम करके ज्ञान और कौशल हासिल कर चुके हैं। मुर्गी पालन उद्योग इस बात का उदाहरण है कि कैसे चिकन पालन की प्रथा पोल्ट्री उद्योग में बदल गई है। मवेशी पालन मुख्य रूप से दूध उत्पादन के लिए है और यह दूध प्रसंस्करण, पैकेजिंग और आबादी के इस्तमाल के लिए बड़ी डायरी उद्योग में बेचा जाता है।

लोकविद्या समाज के कई सदस्यों ने अपना "पारंपरिक व्यवसाय" छोड़ दिया है और बाजार के उद्योग-उत्पादित वस्तुओं के छोटे व्यापारिक बन गए हैं। उन्होंने इस तरह से अपने परिवार को बनाए रखा है। जो लोग अपने "पारंपरिक व्यवसाय" के साथ अभी भी जुड़े हुए हैं; जैसे कि, खेती, बुनाई, लोहार, सुनार लोहार, इत्यादि सभी प्रतिकूल बाजार परिस्थितियों के कारण गरीब हो गए हैं और बहुत से लोग कर्ज और भुखमरी से बचने के लिए आत्महत्या करने पे मजबूर हो गये हैं। यदि स्थानीय बाजार को शहरी बड़े बाजार का एक शाखा बाजार बनने के लिए मजबूर किया जाता है तो इसका मतलब होगा कि लोकविद्या समाज को सम्मानित जीवन जीने के लिए सभी उम्मीदों को छोड़ने के लिए मजबूर किया गया है।

लोकविद्या समाज की इस बुरी स्थिति के बारे में क्या किया जा सकता है?

यह स्पष्ट है कि सरकार और सभी शहरी लोग बाजार आधारित प्रणाली के विकास और प्रसार को प्रोत्साहित कर रहे हैं। हम इसका अनुमान लगा सकते हैं क्योंकि उनका मानना है कि हमें वैश्विक बाजार व्यवस्था के साथ तालमेल रखना चाहिए और वैश्विक बाजार प्रणाली के नियमों और "मूल्यों" के अनुसार व्यापार का संचालन करना चाहिए (जिसका एकमात्र उद्देश्य विश्व के अमीरों के लाभ और धन में वृद्धि करना है)। यदि ऐसी स्थिति बनती है, तो बाजार और लोकविद्या समाज के सभी सदस्यों को अपनी आजीविका से विस्थापित होने के लिए मजबूर किया जायेगा और उन्हें पूरी तरह से अभाव की स्थिति में लाया जायेगा। उनमें से कुछ बड़े व्यवसायों और निर्माताओं के साथ छोटे व्यापारिक भागीदार बनकर बाजार व्यवस्था को समायोजित / सामना करने की कोशिश करेंगे। लेकिन लोकविद्या समाज की अधिकांश आबादी बेइंतहा कर्ज, अभाव में धकेल दी जाएगी और कम से कम गरिमा के साथ जीवन जीने पर मजबूर हो जाएगी; जो किसानों, बुनकर आदि की कई आत्महत्याओं का कारण है; जो आजकल हों रहा है।

समाज इस स्थिति को रोकने और इस प्रक्रिया में मानव मूल्यों को वापस लाने के बारे में क्या कर सकता है? यह देखते हुए कि समाज की विशाल संख्या के लिए उपलब्ध एकमात्र वास्तविक "जीवन-निरंतर रोजगार" लोकविद्या आधारित आजीविका है, इस दुखी स्थिति से एकमात्र तरीका है लोकविद्या आधारित आजीविका को जारी रखना और अपने ज्ञान और कौशल के आधार पर जीवन का निर्माण करते रहना। हालांकि, हम जानते हैं कि आज की वास्तविक स्थिति उन सभी को इस कार्य में मदद नहीं करने जा रही है, और वास्तव में, स्थानीय बाज़ार पर बाजार-प्रणाली का नकारात्मक प्रभाव सभी पे होना है।

लोकविद्या समाज को उन मूल्यों को पुनर्जीवित करने और पुनः स्थापित करने के लिए कदम उठाने चाहिए, जिन मूल्यों के कारण कई युगों से स्थानीय बाजार और लोकविद्या के आधार पर उनकी आजीविका बनी रही। यह तभी संभव है जब समाज अपने आप में "लोकविद्या बाजार" को पुनर्जीवित करने का निश्चय कर ले।

लोकविद्या बाजार क्या है?

लोकविद्या बाजार की अंतर्निहित प्रेरणा (धर्म) निम्न हैं:

- स्थानीय उत्पादकों और उपभोक्ताओं के द्वारा ऐसे उत्पाद और सेवाएं उपलब्ध हों जो आम जीवन के लिए जरूरी हैं
- जीवन और आजीविका को बनाए रखने के लिए वस्तुओं और सेवाओं के आदान-प्रदान की सुविधा का निर्माण करें
- इस तरह से समुदाय के सदस्यों का सम्मानजनक जीवन सुनिश्चित करें
- इस गतिविधि के माध्यम से प्रतिनिधित्व किए जाने वाले विभिन्न ज्ञान-धाराओं और कौशल के लिए समान मान्यता और सम्मान के आधार पर भाईचारे और अंतर-निर्भरता को बढ़ावा देना

सर्वव्यापी शहरी बाजार प्रणाली और लोकविद्या बाजार के बीच का महत्वपूर्ण अंतर:

विनिमय-गतिविधि की असमानता और वित्त-पूँजी पर आधारित बाजार प्रणाली मिलकर आर्थिक और सामाजिक असमानता को जन्म देते हैं जिससे समाज के शोषण का मार्ग प्रशस्त हों जाता है। इसके विपरीत, लोकविद्या बाजार एक मानवीय विनिमय गतिविधि की प्रक्रिया के रूप में वर्णित किया जाएगा, जो उस समुदाय के सदस्यों की कल्याण, गरिमा और समानता को बढ़ावा देने के लिए लगातार प्रतिबद्ध रहेगा। इस धर्म को बनाए रखने और बढ़ावा देने के अतिरिक्त इस व्यवस्था का और कोई मकसद नहीं है।

इसलिए लोकविद्या बाजार विभिन्न सहभागी समुदायों के बीच समानता और बिरादरी को कायम रखने के लिए एक सामूहिक गतिविधि और प्रयास है। इसका धर्म, अभ्यास के माध्यम से, लोकविद्या के दार्शनिक, सामाजिक और आर्थिक अंतरिक्ष में प्रवेश करना है; हर पल हर वक़्त हर जगह एक दूसरे को समृद्ध करने का यह अभियान है।

लोकविद्या बाजार (वैचारिक स्तर पर) समाज के सभी उत्पादक और वितरण गतिविधियों पर हावी होगा। बाजार का भौगोलिक स्थान स्थानीय इलाके (गांव, पंचायत क्षेत्र आदि) में होगा, यह बाजार उस क्षेत्र की आबादी की रोजमरा के जरूरतों की पूर्ति करेगा। यह साप्ताहिक बाजारों के समान होगा जो अभी भी देश के अधिकांश हिस्सों में प्रचलित हैं। कई सेवाएं जैसे कि दूध वितरण, धोबी सेवाएं, आदि घरों के द्वार पर उपलब्ध करायी जा सकती हैं। यहां कई उत्पादों और सेवाओं के लिए ऑनलाइन वितरण के साथ-साथ द्वार - वितरण की सुविधा भी उपलब्ध करायी जा सकती हैं। बाजार में उपलब्ध माल को दूर दराज जगहों पर लेजाने और वहाँ का माल लाने के लिए सड़क परिवहन, रेलवे, जलमार्ग और वायुमार्ग जैसे संचार प्रणालियों का इस्तमाल किया जाएगा। गैर स्थानीय-मार्केट गतिविधियों को आईसीटी (ई-कॉमर्स में मौजूदा रुझानों का विस्तार और भी व्यापक हो जाएगा और छोटे बाजारों की भूमिका और आवश्यकता को फिर से परिभाषित कर देगा) का उपयोग करके मोबाइल / गैर-स्थिर मार्केटिंग द्वारा सहायता प्रदान की जाएगी।

हम लोकविद्या बाजार को फिर से कैसे स्थापित कर सकते हैं?

स्थानीय बाजार के भीतर 'लोकविद्या बाजार' को लागू करने के लिए 'प्रयोग' शुरू किया जा सकता है। सबसे पहले इस विचार की ज्ञान पंचायत में चर्चा की जानी चाहिए, स्थानीय बाजार में स्थित और इसमें स्थानीय बाजार के प्रतिभागियों के प्रतिनिधि शामिल होने चाहियें। ऐसा एक अभियान के माध्यम से शुरू किया जा सकता है, उदाहरण के लिए, निम्नलिखित नारों के साथ :

लोकाविया बाज़ार स्थापित करें !

- स्थानीय रूप से उत्पादित सामान और वस्तुओं को खरीदें
- स्थानीय कारीगरों, कुशल श्रमिकों और सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रदान की जाने वाली स्थानीय रूप से उपलब्ध सेवाओं का लाभ उठाएं
- जब आप स्थानीय रूप से उत्पादित माल और वस्तुओं को खरीदते हैं या स्थानीय सेवाओं और कौशल का लाभ उठाते हैं, तो आप वास्तव में अपने भाइयों और बहनों के जीवन और आजीविका के लिए लाभदायक "रोजगार" प्रदान करते हैं
- स्थानीय क्षेत्र के बाहर या औद्योगिक प्रतिष्ठानों और स्थानीय स्तर पर उत्पादित वस्तुओं और सामानों के बीच बड़े मूल्य में अंतर का ध्यान रखें .तुम इतना भुगतान क्यों करना चाहते हो?
- सामान्य जीवन के लिए आवश्यक सभी माल ,वस्तुओं और सेवाओं को स्थानीय रूप से स्थानीय बाजार में उपलब्ध कराया जा रहा है। ऐसे माल और वस्तुओं के उत्पादक ज्यादातर स्वयं-नियोजित हैं
- जब आप ऐसे सामान खरीदते हैं तो आप उनके जीवन और आजीविका का समर्थन करते हैं। यह लोकविद्या बाजार का "धर्म" है। इस "धर्म" को अपनाएं और इसका अभ्यास करें

- सम्मानजनक जीवन का मार्ग एक है जो स्थानीय समुदाय के उत्पादकों और उपभोक्ताओं के समर्थन से प्रेरित है। आइए हम ऐसे मार्गों का निर्माण करें, इसका पोषण करें और इसे बनाए रखें
- अगर हम ऐसा करते हैं, तो हमारे बच्चों को रोजगार या खुशहाली के लिए भीख मांगने की जरूरत नहीं है
- कोई भी सरकार सभी को लाभकारी रोजगार न प्रदान कर पायी है, न कर सकती है और न कर पायेगी
- सरकारों से यह मांग की जाए कि सभी काम कर रहे लोगों (लोकविद्या समाज) को सरकारी कर्मचारियों के लिए निर्धारित और कार्यान्वित के बराबर एक नियमित न्यूनतम मजदूरी प्राप्त हो

स्थानीय बाज़ारों से जुड़े सभी मुद्दों को स्थानीय स्तर पर चर्चा करने की जरूरत है और मौजूदा स्थानीय बाजार का एक छोटा सा भाग के रूप में लोकविद्या बाज़ार शुरू होने से पहले कार्यान्वयन के तरीकों और चरणों के बारे में चर्चा की जानी चाहिए। अभ्यास के माध्यम से, यहाँ उल्लिखित अवधारणाओं पर और स्पष्टता प्राप्त की जा सकती है।

लोकविद्या बाजार के कार्यान्वयन में सफलता का एक मकसद प्राप्त करने पर, अन्य स्थानों पर प्रयोग शुरू किया जा सकता है और भविष्य में उचित समय पर लोकविद्या बाजार आंदोलन शुरू किया जा सकता है।